

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar bisnis saat ini sudah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dapat dilihat dari fenomena yang ada tentang persaingan yang terjadi di antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, munculnya inovasi-inovasi terbaru seakan tidak ada perusahaan yang ingin lepas dari kemajuan dunia. Perkembangan yang pesat ini dikarenakan mudahnya perusahaan dalam mengakses informasi serta perusahaan juga memiliki alat-alat yang modern guna mempermudah proses produksi. Jika produk yang dihasilkan dari proses produksi memiliki kualitas yang baik maka penjualan juga akan meningkat pesat sehingga dapat mempengaruhi panjangnya umur sebuah perusahaan.

Semakin maju pasar perdagangan maka semua orang berhak untuk menjalankan suatu bisnis sehingga memunculkan banyak pesaing antara satu dengan yang lainnya. Persaingan seperti ini menjadi sebuah risiko bagi suatu perusahaan yang memiliki bidang yang sama. Jenis bisnis yang sama di pasaran diakibatkan beberapa faktor yakni ketidakmampuan pelaku bisnis untuk menciptakan produk yang berbeda dari pesaing atau pelaku bisnis yang tidak bisa menciptakan serta menyediakan barang yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Akibat persaingan dengan produk sejenis, perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi produk untuk mengasah kreativitas yang menciptakan keberagaman produk di dunia bisnis.

Suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang jika terus melakukan inovasi pada produk atau jasa yang dihasilkannya. Selain memperpanjang umur perusahaan, siklus hidup produk juga akan tetap terjaga dan selalu dapat memenuhi keinginan konsumen. Pengembangan produk dilakukan secara terus menerus oleh perusahaan berdasarkan suara konsumen atas keinginan yang selalu berubah-ubah seiring berkembangnya zaman. Menurut Heizer & Render (2014: 184) perusahaan sebaiknya mampu mengidentifikasi produk yang memiliki potensi besar untuk membuka peluang pasar terbaru serta memunculkan produk yang dapat menekan biaya produksi tetapi dapat memaksimalkan keuntungan.

Pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan dapat menggunakan salah satu dari beberapa metode yakni dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) atau dengan Metode Tahapan Pengembangan Produk. Dimana QFD digunakan untuk mengetahui bagaimana keinginan konsumen secara detail akan suatu perubahan pada produk yang dihasilkan. Sedangkan alat analisis Tahapan Pengembangan Produk dilakukan dengan tahapan-tahapan yang berurutan untuk membuat sebuah produk baru yang memiliki fitur lebih dari sebelumnya.

Pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan selain memberikan kesempatan untuk perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis, perusahaan juga dapat memperkenalkan secara langsung kepada konsumen atas produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Perancangan dalam pengembangan produk berkaitan langsung dengan

operasional perusahaan yang mana spesifikasi produk akan dilakukan sebagai persyaratan utama dalam proses produksi.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia meningkat pesat seiring berjalannya waktu terutama di bidang industri pengolahan. Industri pengolahan merupakan kegiatan produksi yang mana melakukan perubahan bentuk bahan baku mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang siap untuk dikonsumsi. Adapun berdasarkan data sensus penduduk tahun 2016 menunjukkan kategori industri pengolahan sebanyak 3.4 juta pelaku UMKM yang terdapat di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya pelaku bisnis yang berada dalam jalur yang sama sehingga sebuah inovasi produk harus dilakukan. Tingkat kreativitas tenaga kerja yang ada di UMKM harus terus dilatih agar terdapat ide-ide baru untuk mengembangkan produk yang sudah diproduksi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur dalam skala kecil yang saat ini berkembang di Indonesia. Banyaknya penyerapan tenaga kerja rumahan membuat bidang manufaktur atau pengolahan barang semakin berkembang. Selain itu, tingginya permintaan akan suatu barang instan oleh konsumen membuat semakin banyaknya pengelola bisnis menumbuhkan minatnya pada bidang ini.

Kasur lantai merupakan salah satu produk UMKM manufaktur berjenis *furniture* yang mudah digunakan dan memiliki sistem perawatan yang mudah.

Pelanggan hanya perlu melipat kasur lantai setelah digunakan dan menyimpannya. Kasur lantai juga dapat digunakan untuk bersantai dan menjadi penghias ruangan mengingat pada zaman sekarang banyak kasur lantai yang memiliki motif berkarakter unik. Melalui banyak inovasi yang bermunculan, peminat kain kasur lantai masih terus bertahan bahkan bertambah meskipun sempat mengalami penurunan drastis akibat kemunculan produk kasur pegas di kalangan masyarakat.

Usaha Dagang Jelita berada di Bojonegoro merupakan perusahaan UMKM manufaktur yang memproduksi kasur lantai sedari tahun 2007. Bahan baku utama yang dibutuhkan oleh perusahaan adalah kain perca yang digunakan untuk bahan isian kasur lantai. Setiap harinya UD Jelita Bojonegoro mampu memproduksi kasur lantai sebanyak kurang lebih 100 buah kasur lantai yang dikerjakan lebih dari 20 orang pekerja. Kasur lantai yang notabennya digunakan oleh konsumen sebagai alat untuk beristirahat haruslah memberikan rasa nyaman dan kegunaan lebih. Ketatnya persaingan antar pengusaha kasur lantai membuat UD Jelita Bojonegoro ingin melakukan pengembangan produk kasur lantai agar menambah nilai lebih pada produk yang dihasilkan.

Kebutuhan bahan baku kain perca UD Jelita Bojonegoro dalam 1 bulan adalah sebanyak 2000 kg. UD Jelita Bojonegoro memiliki 2 pemasok yakni dari Kota Sidoarjo dan Kota Solo. Pemasok dari kota Solo memiliki kualitas bahan baku yang sangat baik sehingga kasur yang dihasilkan akan jauh lebih ringan dibandingkan kualitas bahan baku dari pemasok dari Kota Sidoarjo.

Akan tetapi, masalah yang timbul adalah pemasok dari Kota Solo tidak dapat 100% memenuhi kebutuhan perbulan UD Jelita Bojonegoro. Sehingga dengan masalah yang timbul penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari alternatif pengganti kain perca agar kasur lantai yang dihasilkan tetap memiliki berat yang ringan. Jumlah pemesanan bahan baku dari masing-masing pemasok yang dilakukan oleh UD Jelita Bojonegoro pada tahun 2019 yakni:

Table 1.1. Data Pembelian Bahan Baku Kain Perca UD Jelita Bojonegoro Tahun 2019

Bulan Pembelian Kain Perca	Kebutuhan Perbulan (kg)	Pemasok Dari Kota Solo (kg)
Januari	2.000	1.200
Februari	2.000	1.200
Maret	2.000	700
April	2.000	700
Mei	2.000	900
Juni	2.000	900
Juli	2.000	1.500
Agustus	2.000	1.500
September	2.000	900
Oktober	2.000	800
November	2.000	800
Desember	2.000	1.500
Total Pasokan Kain Perca dalam Setahun		12.600

Sumber : UD Jelita Bojonegoro (2019) diolah.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pemasok dari Kota Solo tidak dapat memenuhi secara 100% (2000 kg/bulan) permintaan dari UD Jelita Bojonegoro atas kain perca. Hal ini dikarenakan dalam 1 bulan pemasok dari Kota Solo hanya dapat mengirimkan barangnya sebanyak 2 kali saja.

Sehingga UD Jelita Bojonegoro harus selalu melakukan pemesanan kain perca ke pemasok dari Kota Sidoarjo untuk memenuhi kebutuhan kain perca.

Pada penelitian ini dilakukan pengembangan produk untuk mengatasi permasalahan yang ada pada perusahaan dikarenakan perusahaan memerlukan inovasi agar tidak mengalami ketertinggalan dari pesaing. Jika perusahaan memilih untuk mengambil pilihan pemasok lain maka ada kendala yakni susahnya mencari bahan baku perca campuran kapas pada saat ini. Pengembangan produk yang dipilih pada penelitian ini merupakan modifikasi. Dimana kasur lantai berbahan baku perca dimodifikasi menjadi kasur lantai berbahan baku antara busa atau dakron. Maka beberapa literasi dari penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan untuk melihat fenomena lebih luas.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Lisyawati (2018) Menjelaskan bagaimana strategi masyarakat Sintang dan pemerintah daerah merespon ancaman atas produk tradisional yang terancam punah ini melalui kebijakan dan kerja sama dalam pengembangan produk tenun ikat dengan memanfaatkan UMKM yang ada di daerah. Dari penelitian ini menghasilkan peningkatan jumlah pekerja UMKM di daerah sintang yang memproduksi kain tenun serta perlu adanya pelatihan lebih agar semua pekerja kompeten dalam pengelolaan kain tenun ikat sintang.

Penelitian oleh Marianna & Magdalena (2017) yang memiliki tujuan untuk menyajikan konsep proses pengembangan produk motor listrik yang

dibahas dengan berbagai tahapan proses pengembangan produk, menghasilkan pernyataan bahwa teknologi berupa komputer sangat dibutuhkan untuk perusahaan yang sedang melakukan tahapan pengembangan produk. Hal ini dikarenakan tuntutan dari konsumen yang menginginkan solusi bagi produk untuk dapat berkembang lebih maju dan inovatif dengan waktu yang singkat dan harga yang terjangkau.

Penelitian oleh Rihendra (2013) dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi QFD dalam proses perancangan dan pengembangan produk serta ingin mempelajari bagaimana proses perancangan yang melibatkan konsumen, sehingga hasil dari proses perancangan tersebut benar-benar menjawab kebutuhan pasar (*costumer*). Penelitian ini menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk tang jepit yang nyaman untuk dipakai.

Selanjutnya penelitian oleh Munir (2011) yang dilakukan untuk menghasilkan produk kipas angin yang ada saat ini menjadi produk yang multifungsi dengan memperhatikan kebutuhan konsumen serta produk dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. Penelitian ini menghasilkan kipas angin anti nyamuk dimana sebelumnya sudah diketahui keinginan konsumen akan sebuah kipas angin yang dapat mencegah serangan nyamuk.

Penelitian yang dilakukan oleh Michael dkk (2019) dengan tujuan untuk secara sistematis mendukung manajemen jaringan fokus di Internet desain jaringan pengembangan produk untuk meningkatkan kelincahan

organisasinya. Penelitian ini menghasilkan sebuah pernyataan bahwa perusahaan menjual produk fisik yang dikembangkan bersama dalam jaringan pemasok dan penyedia layanan teknik serta perusahaan memprioritaskan kecepatan, inovasi, dan basis kompetitif yang fleksibel atau kualitas dan profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Udegbe (2014) dengan tujuan menerapkan metode *New Product Development* (NDP) kepada perusahaan bidang industri manufaktur yang berpengaruh pada kinerja perusahaan. Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa tingkat fleksibilitas dari strategi yang diterapkan terindikasi dengan baik, tingkat tujuan yang didefinisikan dengan baik untuk semua kinerja di perusahaan, serta memiliki tim yang berkompeten dalam memimpin dan saling berpartisipasi.

Dari permasalahan yang terjadi mengenai pengganti kain perca yang digunakan untuk isian kasur lantai di UD Jelita Bojonegoro, peneliti membuat proposal penelitian ini dengan Judul **“Pengembangan Produk Kasur Lantai dengan Alternatif Pengganti Kain Perca Pada UD Jelita Bojonegoro”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat perumusan masalah yang muncul adalah apakah bahan baku yang dapat menjadi alternatif pengganti kain perca pada produk kasur lantai UD Jelita Bojonegoro?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang dan rumusan masalah maka dibuat batasan masalah agar pembahasan tidak keluar dari topik yang dituju. Selain itu batasan masalah digunakan agar dapat dengan mudah mencapai tujuan pada penelitian ini. Maka, batasan pada penelitian ini adalah dimana penelitian dilakukan dengan membuat sampel produk kasur lantai dengan ukuran 40×40 cm atau lebih kecil dari ukuran asli kasur lantai.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelesaikan permasalahan perusahaan yang membutuhkan pengganti kain perca sebagai bahan baku utama pembuatan kasur lantai. Maka dengan ini, apakah bahan baku yang dapat menjadi alternatif pengganti kain perca pada produk kasur lantai UD Jelita Bojonegoro diteliti untuk mendapatkan hasil terbaik bagi perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang didapatkan yakni UD Jelita Bojonegoro mendapatkan alternatif pengganti kain perca untuk produk kasur lantainya sehingga bahan baku yang sesuai dengan kriteria produk selalu dapat terpenuhi setiap bulannya. Serta penelitian ini dapat memberikan wawasan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan produk.